



**STICHTING  
RECLAME CODE**

**NIEUWS**

**SOCIALISTISCHE PARTIJ (SP) OVERTREEDT OPNIEUW CODE V** 

Datum: 1 april 2011  
Dossiernr: 2011/00149  
Uitspraak: Aanbeveling  
Product / dienst: (Tele) communicatie technologie  
Motivatie: Misleiding (overig)  
Medium: Digitale marketing communicatie

#### De bestreden reclame-uiting

Het betreft een reclame-uiting voor “HI internet op je mobiel”, die als popup op de HI-internetpagina’s verscheen en die ook op reclameborden in de winkel hing.

#### De klacht

Klager, die sinds augustus 2010 bij HI een sim-only abonnement heeft, wilde van deze “onweerstaanbare” aanbieding gebruik maken om ook over internetfaciliteiten te beschikken. Dit bleek niet mogelijk. Van de aanbieding kon alleen bij het afsluiten van een nieuw abonnement of een verlenging van het abonnement gebruik worden gemaakt. Van deze beperking van de aanbieding wordt in de uiting geen melding gemaakt, ook niet via kleine lettertjes of door middel van een verwijzing. Nu klager zijn lopende abonnement niet met deze voorziening kon uitbreiden, acht hij de uiting misleidend en in strijd met de waarheid.

#### Het verweer

De actie geldt voor een “add-on” op het abonnement en geldt alleen wanneer de “add-on” wordt aangeschaft in combinatie met een nieuw abonnement. Van de actie kan dus niet na het afsluiten van een abonnement, als aanvulling daarop, gebruik worden gemaakt. Niet alle voorwaarden kunnen in iedere uiting worden vermeld. Om die reden wordt in televisiereclame bijvoorbeeld voor meer informatie verwezen naar de HI Winkel of naar het informatienummer 0800-0346. De klacht is derhalve ongegrond.

#### Het oordeel van de Commissie

Adverteerder heeft erkend dat van de aanbieding alleen gebruik kan worden gemaakt indien een nieuw abonnement wordt afgesloten. Nu het afsluiten van een nieuw abonnement een essentiële voorwaarde is om van het aanbieder gebruik te kunnen maken, betekent dit dat sprake is van een aanzienlijke beperking ten

aanzien van de aanbieding. Gelet hierop had een verwijzing naar nadere informatie in de uiting niet mogen ontbreken en is de uiting onvolledig.

Blijkens het voorgaande acht de Commissie de uiting voor de gemiddelde consument onvolledig en daardoor onduidelijk als bedoeld in artikel 8.2 aanhef van de Nederlandse Reclame Code (NRC). Voorts is de Commissie van oordeel dat de gemiddelde consument hierdoor ertoe gebracht kan worden een besluit over een transactie te nemen, dat hij anders niet had genomen. Om die reden is de uiting misleidend en daardoor oneerlijk in de zin van artikel 7 NRC.

De beslissing van de Commissie

Op grond van het hiervoor overwogene acht de Commissie de reclame-uiting in strijd met artikel 7 NRC en beveelt zij adverteerder aan om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.

Regeling:       NRC (nieuw) art. 7  
                  NRC (nieuw) art. 8.2 onder b.